



Analisis Minat Beli pada Ritel Indomaret di Kabupaten Jombang

Eki Mareta Tri Arsenda¹, Betty Rahayu², Hasannudin Nursalim P³

Universitas Darul Ulum Jombang^{1,2,3}

*Email Korespondensi: ekimaretajmb@gmail.com

Diterima: 14-08-2026 | Disetujui: 19-08-2026 | Diterbitkan: 21-08-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of JSM (weekend) discounts, store atmosphere, and service quality on consumer purchase intention at Indomaret in Jombang Regency. A quantitative method was employed, involving 100 respondents surveyed via questionnaires. Non-probability sampling specifically purposive sampling was used as the sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS 25 software. The t-test (partial results revealed that the store atmosphere variable did not have a significant effect on consumer purchase intention, whereas the JSM discount and service quality variables did. The F-test (simultaneous analysis) results indicated that JSM discounts, store atmosphere, and service quality collectively (simultaneously) influenced customer purchase intention. The study implies that Indomaret in Jombang Regency needs to place greater emphasis on store atmosphere including layout, interior design, and cleanliness while also focusing on discount strategies to enhance overall quality.

Keywords: JSM Discount, Store Atmosphere, Service Quality, Purchase Intention, Indomaret

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis diskon JSM, store atmosphere, kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Indomaret di Kabupaten Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang diambil melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda dengan alat SPSS 25. Dari analisis uji t (parsial) diperoleh bahwa variabel store atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Variabel diskon JSM dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil analisis uji F (simultan) diperoleh bahwa variabel diskon JSM, store atmosphere, kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa Indomaret di Kabupaten Jombang perlu lebih fokus pada suasana toko yang meliputi tata letak, desain interior, kebersihan dan lainnya selain itu juga fokus terhadap pemberian diskon untuk memberikan kualitas yang lebih bagus.

Kata Kunci: Diskon JSM, Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Minat Beli, Indomaret

PENDAHULUAN

Bisnis ritel atau usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980an seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia (Meliana *et al.*, 2025). Ritel merupakan kegiatan bisnis yang berfokus pada penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk memenuhi kebutuhan pribadi, bukan untuk dijual kembali (Kotler & Armstrong 2021). Dalam perspektif teori pemasaran ritel dipandang sebagai bagian dari saluran distribusi yang memiliki peran penting dalam menjembatani produsen dengan konsumen, sebagaimana dijelaskan dalam konsep bauran ritel (*ritel mix*) yang mencakup lokasi, produk, harga, promosi, dan pelayanan (Berman & Evans 2018). Selain itu, teori perilaku konsumen juga menekankan bahwa keberhasilan ritel sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami preferensi, motivasi, serta pengalaman belanja pelanggan (Meliana *et al.*, 2025). Dengan demikian, ritel tidak hanya sekedar aktivitas jual beli, tetapi juga mencakup strategi yang terintegrasi untuk menciptakan nilai dan kepuasan konsumen ditengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

Secara lebih spesifik pada Tingkat daerah, perkembangan sektor ritel di Kabupaten Jombang juga menunjukkan tren yang signifikan. Berdasarkan data dari (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro), jumlah usaha mikro yang menjadi bagian penting dari aktivitas ritel terus mengalami peningkatan, dari 6.375 unit pada tahun 2021, menjadi 9.061 unit pada tahun 2022, dan meningkat lagi menjadi 13.128 unit pada tahun 2023. Bahkan berdasarkan system data resmi daerah, jumlah usaha mikro di Jombang mengalami lonjakan yang sangat pesat hingga mencapai sekitar 46.511 unit pada tahun 2024 dan meningkat tajam menjadi 170.346 unit pada tahun 2025 ('Jumlah usaha mikro - Satu Data Jombang', 2025). Hal ini menunjukkan bahwa sektor ritel, khususnya yang berbasis UMKM seperti toko kelontong, pedagang kecil, ritel *modern* dan usaha kuliner berkembang sangat cepat dan menjadi tulang punggung perekonomian daerah.

Ritel memiliki berbagai manfaat penting bagi konsumen maupun perekonomian secara umum. Bagi konsumen, ritel memudahkan akses terhadap berbagai produk dan jasa dalam jumlah kecil sesuai kebutuhan sehari-hari, tanpa harus membeli dalam skala besar. Selain itu, ritel juga memberikan kenyamanan melalui lokasi yang strategis, variasi produk, serta pelayanan yang mendukung pengalaman berbelanja. Menurut Kotler & Armstrong (2021) (Philip Kotler) ritel berperan dalam menciptakan nilai tambah melalui penyediaan produk yang tepat, waktu yang tepat, dan tempat yang tepat bagi konsumen. Dari sisi ekonomi, sektor ritel membuka lapangan kerja, mendorong pertumbuhan UMKM, serta memperkuat rantai distribusi antara produsen dan konsumen.

Kelebihan ritel terletak pada fleksibilitasnya dalam menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen dan tren pasar. Pelaku ritel dapat dengan cepat mengubah strategi produk, harga, maupun promosi sesuai kebutuhan pelanggan. Selain itu, ritel modern juga memanfaatkan teknologi seperti *e-commerce* dan sistem pembayaran digital seperti kartu debit, *e-money*, kartu kredit untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan (Wulandari, Hak and Hanif, 2025). Menyatakan bahwa keunggulan kompetitif ritel sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam mengelola bauran ritel secara efektif dan memahami pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Dengan pendekatan yang tepat, ritel mampu membangun loyalitas pelanggan serta menciptakan diferensiasi ditengah persaingan yang ketat.

Di Indonesia, terdapat berbagai macam bentuk ritel yang berkembang pesat, mulai dari ritel tradisional hingga ritel modern. Ritel tradisional meliputi pasar tradisional, warung, dan toko kelontong yang masih menjadi pilihan utama Masyarakat di banyak daerah. Sementara itu, ritel modern mencakup *minimarket*,

supermarket, store, hingga platform e-commerce seperti marketplace online (Wulandari, Hak and Hanif, 2025). Perkembangan ritel di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, urbanisasi, serta kemajuan teknologi yang mendorong munculnya berbagai format ritel baru. Keberagaman jenis ritel ini menunjukkan bahwa sektor ritel terus beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks dan dinamis.

Perkembangan industri ritel modern di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kepraktisan dan efisiensi dalam berbelanja. Ritel modern tidak hanya menjadi tempat transaksi jual beli, tetapi juga berperan dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi konsumen (Meliana *et al.*, 2025). *Minimarket* seperti Indomaret menjadi salah satu bentuk ritel modern yang berkembang pesat dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk di wilayah Jombang. Keberadaan Indomaret yang strategis, mudah diakses, serta menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari menjadikannya pilihan utama konsumen (Kotler & Armstrong 2021). Indomaret merupakan mediator pemasar antara penghasil serta konsumen akhir dimana aktivitasnya ialah

melaksanakan penjualan eceran pengertian Indomaret ialah: Toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan barang yang berforma terbar yang dekat dengan permukiman penduduk sebagai akibat dapat mengungguli toko atau warung. Menjadi Indomaret yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari (Kawilarang *et al.*, 2020). Hingga beberapa tahun terakhir, jumlah gerai Indomaret di Kabupaten Jombang diperkirakan telah mencapai puluhan unit (kurang lebih dari 70 gerai) tersebar diberbagai kecamatan, yang menunjukkan tingginya penetrasi ritel modern di daerah tersebut.

Selain jumlah gerai yang terus bertambah, Indomaret juga memiliki berbagai keunggulan lain yang belum banyak disoroti, seperti inovasi layanan digital (pembayaran *online, top-up e-wallet*, hingga pemesanan produk secara *online*), program loyalitas pelanggan, serta kerja sama dengan berbagai mitra usaha lokal (Di and Pasuruan, 2023). Namun, persaingan dalam industri ritel yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mampu menarik perhatian konsumen melalui berbagai strategi pemasaran. Menurut Kotler *et al.* (2020) pemasaran merupakan satu satunya strategi bisnis yang digunakan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan serta mengelola hubungan tersebut agar perusahaan mendapatkan keuntungan (Bisnis, Universitas and Musi, 2024). Dalam hal ini, perusahaan ritel perlu memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat beli konsumen, seperti pemberian diskon, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan.

Ditengah persaingan industri ritel yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu menarik perhatian konsumen melalui berbagai strategi pemasaran yang efektif, seperti pemberian diskon, penciptaan *store atmosphere* yang nyaman, serta peningkatan kualitas pelayanan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran dan faktor psikologis yang membentuk persepsi terhadap suatu produk atau tempat belanja (Bisnis, Universitas and Musi, 2024). Sementara itu, suasana toko (*store atmosphere*) dapat mempengaruhi emosi konsumen yang pada akhirnya berdampak pada minat beli. Dengan demikian, keberhasilan Indomaret dalam mempertahankan eksistensinya di Kabupaten Jombang tidak terlepas dari kemampuannya mengombinasikan berbagai faktor tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen modern.

Salah satu strategi yang sering digunakan dalam menarik minat beli konsumen adalah pemberian diskon. Diskon merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual (Kasus *et al.*, 2023).

Diskon dapat menciptakan persepsi harga yang lebih terjangkau sehingga meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Selain itu, store atmosphere juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. store atmosphere adalah desain visual yang memanfaatkan komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangian untuk merancang respon efektif dan persepsi pelanggan serta untuk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Pada *et al.*, 2024). Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. (Atmosphere, Pelayanan and Terhadap, 2025) kualitas pelayanan merupakan suatu situasi dinamis yang ada kaitanya dengan sumber daya manusia, jasa, produk, prosedur dan lingkungan yang cenderung bisa memuaskan bahkan menambah harapan kualitas pelayanan Tjiptono (2020). Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Minat beli konsumen sebagai variabel dependen dalam penelitian ini memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan usaha ritel. Menurut, Kotler & Keller yang dikutip Widodo (2022) minat beli adalah perilaku yang timbul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan harapan konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga minat beli menjadi preferensi pelanggan sebelum melakukan pembelian atau pembelian ulang (Tinggi and Ekonomi). Minat beli mencerminkan kemungkinan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian dimasa mendatang. Dalam konteks Indomaret di Jombang, minat beli menjadi indikator penting karena berkaitan langsung dengan tingkat penjualan dan keberlangsungan usaha. Konsumen yang memiliki minat beli tinggi cenderung akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan kepada orang lain. Sebaliknya, rendahnya minat beli dapat menjadi sinyal bahwa terdapat faktor-faktor yang belum optimal dalam strategi pemasaran yang diterapkan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana pengaruh diskon, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen guna memberikan masukan yang relevan bagi pengelola Indomaret dalam meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan data jumlah penduduk yang peneliti dapatkan, jumlah penduduk di Kabupaten Jombang menunjukkan tren yang relative meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023 jumlah penduduk tercatat sebesar 1.335.972 jiwa, kemudian meningkat pada tahun 2024 menjadi 1.376.574 jiwa, dan pada tahun 2025 mencapai 1.373.793 jiwa (Sambang 2026). Sementara itu, data jumlah penduduk untuk tahun 2026 hingga saat ini belum tersedia atau belum dipublikasikan oleh instansi terkait. Jumlah penduduk yang besar ini mencerminkan potensi pasar yang luas bagi perkembangan industri ritel modern, karena semakin tinggi jumlah penduduk maka kebutuhan akan barang konsumsi sehari-hari juga semakin meningkat.

Pertumbuhan jumlah penduduk tersebut secara tidak langsung turut memengaruhi pola konsumsi masyarakat yang semakin dinamis. Seiring dengan meningkatnya aktivitas dan mobilitas penduduk, Masyarakat cenderung memilih tempat berbelanja yang praktis, mudah dijangkau, serta menyediakan produk yang lengkap. Dalam hal ini, kehadiran indomaret di berbagai titik strategis di Kabupaten Jombang menjadi solusi atas kebutuhan tersebut. Dengan jumlah gerai yang telah mencapai puluhan unit dan tersebar di berbagai wilayah, Indomaret mampu menjangkau konsumen secara lebih luas. Hal ini sejalan dengan pendapat Philip Kotler (2022) yang menyatakan bahwa pemasar perlu memahami karakteristik pasar sasaran agar dapat menciptakan nilai yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Selain itu, berdasarkan jumlah penduduk juga meningkatkan tingkat persaingan antar pelaku usaha ritel modern. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk, tetapi juga harus mampu menciptakan daya tarik melalui strategi pemasaran yang tepat, seperti pemberian diskon, penataan suasana toko (*store*

atmosphere), serta peningkatan kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2020), kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dengan jumlah penduduk yang terus meningkat di Kabupaten Jombang, penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di Indomaret menjadi relevan untuk

dilakukan guna mengetahui strategi yang paling efektif dalam menarik dan mempertahankan konsumen.

Berdasarkan jurnal yang peneliti dapatkan dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan promosi memiliki keterkaitan dengan minat beli konsumen. Dan hasil yang diperoleh masih menunjukkan variasi dan ketidak konsistenan khususnya pada variabel *store atmosphere*. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sementara penelitian lainnya menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak memberikan pengaruh yang berarti. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli masih perlu dikaji lebih lanjut.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu cenderung menguji variabel-variabel tersebut secara terpisah atau dalam kombinasi yang terbatas. Penelitian yang mengintegrasikan diskon, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan dalam satu model analisis masih relative terbatas. Padahal dalam praktik ritel modern, ketiga faktor tersebut seringkali digunakan secara bersamaan sebagai strategi untuk menarik minat konsumen.

Variabel promosi dalam bentuk diskon berkala seperti program JSM (Jumat, Sabtu, Minggu) belum banyak diteliti secara spesifik. Sebagian penelitian hanya membahas promosi secara umum tanpa mengkaji bentuk program diskon yang terjadwal dan rutin, yang sebenarnya memiliki potensi besar dalam mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Disamping itu, adanya perbedaan karakteristik objek dan lokasi penelitian pada studi sebelumnya menyebabkan hasil penelitian bersifat kontekstual dan belum tentu dapat digeneralisasi pada seluruh kondisi ritel. Hingga saat ini, kajian yang secara khusus meneliti pengaruh diskon JSM, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada indomaret di wilayah jombang masih terbatas.

Penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian dengan menganalisis secara simultan pengaruh diskon JSM, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada indomaret di jombang, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris yang lebih komprehensif.

Penelitian ini memiliki kebaruan (*Novelty*) yang terletak pada pengembangan model penelitian yang mengintegrasikan variabel diskon JSM (Jumat, Sabtu, Minggu), *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan dalam satu kerangka analisis terhadap minat beli konsumen. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya hanya menguji Sebagian variabel secara terpisah, penelitian ini mengkombinasikan ketiga variabel tersebut secara simultan sehingga memberikan pemahaman yang lebih *komprehensif* mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli.

Selain itu, kebaruan penelitian ini juga terletak pada penggunaan variabel diskon JSM sebagai bentuk promosi yang spesifik dan terjadwal. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih mengkaji promosi secara umum, sehingga belum banyak yang menyoroti pengaruh program diskon berkala seperti JSM terhadap perilaku konsumen dalam konteks ritel modern.

Kebaruan lainnya terdapat pada objek penelitian, yaitu konsumen Indomaret di wilayah Jombang, yang memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan objek penelitian pada studi sebelumnya. Dengan

demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris yang lebih kontekstual serta memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen pada ritel modern di tingkat daerah.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *survey* karena dinilai mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara *objektif* dan terukur melalui data *numerik*. Menurut (Sugiyono, 2023) metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis melalui analisis statistik. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi besarnya pengaruh variabel independent, yaitu Diskon JSM, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen berupa minat beli warga secara sistematis dan terstruktur.

Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan suatu prosedur atau cara yang digunakan untuk mengolah data penelitian yang telah diperoleh dari responden agar dapat menghasilkan informasi yang bermakna. Hasil pengelolaan data tersebut kemudian digunakan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis

penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian kuantitatif, analisis data tidak hanya berfungsi untuk mendeskripsikan data, tetapi juga untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti (Sekaran & Bougie 2016).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel diskon JSM, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Indomaret Kabupaten Jombang.

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	6.027	2.161		2.790	.006
	Diskon JSM	.203	.089	.230	2.280	.025
	<i>Store Atmosphere</i>	.051	.078	.083	.655	.514
	Kualitas Pelayanan	.353	.099	.449	3.561	.001

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data SPSS diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh persamaann regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 6.027 + 0,203 + 0,051 + 0,353$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut, maka dapat diambil Kesimpulan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sejumlah 6.027 dengan nilai positif. Hal ini memperlihatkan jika semua variabel independent yang meliputi Diskon JSM(X1), *Store Atmosphere*(X2), Kualitas Pelayanan(X3) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan, maka variabel minat beli (Y) bernilai 6.027.
- Nilai koefisien dari Diskon JSM (X1) bernilai positif yaitu sejumlah 0,203. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan nilai sejumlah 1 satuan pada variabel Diskon JSM (X1), maka nilai variabel minat beli (Y) akan meningkat sejumlah 0,203 satuan. Nilai variabel Diskon JSM (X1) pada minat beli(Y) bernilai positif, maknanya semakin tinggi nilai variabel X1, maka semakin tinggi pula nilai variabel Y.
- Nilai koefisien dari *Store Atmosphere* (X2) bernilai positif yaitu sejumlah 0,051. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan nilai sejumlah 1 satuan pada variabel *store atmosphere* (X2), maka nilai variabel minat beli (Y) akan meningkat sejumlah 0,051 satuan. Nilai variabel *store atmosphere* (X2) pada minat beli (Y) bernilai positif maknanya semakin tinggi nilai variabel X2, maka semakin tinggi pula nilai variabel Y.
- Nilai koefisien dari kualitas pelayanan(X3) bernilai positif yaitu sejumlah 0,353. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan nilai sejumlah 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan (X3), maka nilai variabel minat beli (Y) akan meningkat sejumlah 0,353 satuan. Nilai variabel kualitas pelayanan (X3) pada minat beli (Y) bernilai positif, maknanya semakin tinggi nilai variabel X3, maka semakin tinggi pula nilai variabel Y.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menemuka korelasi antara dua set variabel merupakan tujuan dari uji koefisien determinasi. Uji ini menentukan sejauh mana faktor-faktor independen dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen.

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.463	2.030

- Predictors: (Constant), X3, X1, X2 Sumber: Data SPSS diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sejumlah 0,463 atau 46,3 % dan sisanya sejumlah 53,7%. Maknanya variabel Diskon JSM (X1), *Store Atmosphere* (X2), Kualitas Pelayanan (X3) memberikan pengaruh sejumlah 46,3 % terhadap variabel minat beli di Indomaret Kabupaten Jombang. Namun faktor-faktor yang tidak termasuk dalam analisis ini mencakup 53,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti. Nilai koefisien determinan Adjusted R Square) sebesar 46,3% menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan

variasi variabel minat beli berada pada kategori sedang (moderat), sehingga model regresi yang digunakan cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independent dan variabel dependen.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar setiap variabel independent memengaruhi variabel dependen adalah dengan menggunakan uji t, perhitungan berikut ini diperoleh dengan menggunakan Tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu $\alpha = 0,05$ dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen: diperoleh nilai t sejumlah 1,985 ketika mengurangi k dari n, yaitu $(100 - 3 - 1)$, atau 96.

Hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima jika nilai-p kurang dari 0,05 dan nilai-t melampaui t-tabel. Hal ini memperlihatkan bahwa variabel independent secara signifikan memengaruhi variabel dependen. Sebaliknya jika nilai -p melampaui 0,05, dan nilai-t kurang dari t-

tabel hal ini memperlihatkan bahwa variabel independen tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 3
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.535	1.818		18.996	.000
	X1	.203	.089	.230	2.280	.025
	X2	.051	.078	.083	.655	.514
	X3	.353	.099	.449	3.561	.001

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data SPSS diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil dari uji t yang kemudian dapat di interprestasikan sebagai berikut:

- Pengaruh variabel diskon JSM (X1) terhadap minat beli (Y) berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai thitung untuk variabel diskon JSM(X1) sebesar 2,280. Nilai t hitung ini lebih besar dari nilai ttabel ($2,280 > 1,985$) dan didukung dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,025 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,025 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel diskon JSM (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) secara nyata.
- Pengaruh variabel *store atmosphere* (X2) terhadap minat beli (Y) berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai thitung untuk variabel *store atmosphere*(X2) sebesar 0,655. Nilai t hitung ini lebih besar dari nilai ttabel ($0,655 < 1,985$). Namun nilai signifikansinya menunjukkan angka 0,514 yang jauh lebih besar dari 0,05 ($0,514 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel *store atmosphere*(X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli(Y). perubahan nilai pada variabel *store atmosphere* (X2) tidak memberikan dampak yang berarti dalam menaikkan atau menurunkan minat beli (Y) Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap minat beli(Y)

berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai thitung untuk variabel kualitas pelayanan(X3) sebesar 3,561. Nilai thitung ini jauh lebih besar dari nilai ttabel ($3,561 > 1,985$) dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,001 yang jauh lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan(X3) memiliki pengaruh yang positif dan sangat signifikan terhadap minat beli (Y), artinya, semakin tinggi atau optimal variabel kualitas pelayanan (X3) maka akan meningkatkan minat beli (Y) secara signifikan.

2. Uji F Simultan

Uji F adalah uji terhadap koefisien regresi secara simultan (Bersama-sama), dalam pengujian ini dapat mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel-variabel terkait. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas secara Bersama-sama apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi probabilitas $sig < 0,05$ maka maknanya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas.

Tabel 4. Hasil Uji F Simultan

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	363.570	3	121.190	29.399	.000 ^b
	Residual	395.740	96	4.122		
	Total	759.310	99			

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2 Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan tabel uji F diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan tabel output SPSS diatas dapat diketahui nilai sig adalah sejumlah 0,000. Karena $sig < 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F. sehingga bisa menyimpulkan yakni hipotesis diterima atau dengan kata lain diskon JSM(X1), *store atmosphere* (X2), kualitas pelayanan (X3) secara simultan berdampak kepada minat beli (Y).
- Berdasarkan tabel output spss diatas, diketahui F hitung adalah sejumlah 29.399. karena nilai F hitung $29,399 > F_{tabel} 2,70$ maka sebagaimana dasar pengambilan Keputusan dalam uji F bisa menyimpulkan yakni, hipotesis diterima atau dengan kata lain diskon JSM (X1), *store atmosphere* (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan berdampak kepada minat beli (Y).

Catatan: nilai F_{tabel} didapat pada distribusi nilai t_{tabel} statistic pada signifikansi 0,05 dengan menggunakan rumus $F_{tabel} = (k; n-k)$. Dimana k adalah jumlah variabel bebas atau variabel X, sementara n adalah jumlah responden atau sampel penelitian. Dalam penelitian ini jumlah k adalah 3 yaitu

lain diskon JSM (X1), *store atmosphere* (X2) dan kualitas pelayanan(X3). Sementara jumlah n adalah 100 responden. Selanjutnya nilai ini dimasukkan kedalam rumus, maka diciptakan angka $(3; 100-3) = (3; 97)$ angka ini kemudian dijadikan acuan untuk mencari table statistic. Maka ditemukan nilai F tabel adalah sejumlah 2,70.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berlandaskan hasil analisis data yang telah dilakukan, bahwa dapat diketahui jawaban atas rumusan masalah dari penelitian ini. Berikut adalah pembahasan hasil analisis data:

Pengaruh Diskon JSM Terhadap Minat Beli Konsumen

Berlandaskan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, memperlihatkan bahwa t hitung pada variabel Diskon JSM (X_1) sejumlah 2,280 maknanya melampaui t tabel (1,985) dan nilai signifikansi yang diciptakan yaitu sejumlah 0,025 maknanya melampaui 0,05. Maknanya variabel Diskon JSM berdampak positif dan signifikan kepada minat beli konsumen Indomaret di Kabupaten Jombang.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pemberian program potongan harga atau diskon pada momen JSM (Jum'at, Sabtu, Minggu) terbukti efektif dalam memicu dan meningkatkan ketertarikan serta minat beli konsumen secara nyata. Secara psikologis, konsumen cenderung merasa mendapatkan keuntungan lebih ekonomis Ketika melakukan transaksi pada periode diskon tersebut, yang pada akhirnya mendorong Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Indomaret Kabupaten jombang.

Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan teori manajemen pemasaran yang menyatakan bahwa promosi penjualan berupa potongan harga yang tepat sasaran dan terjadwal dengan baik mampu menstimulasi respon beli yang cepat dari pasar. Adanya kesesuaian antara besaran diskon dengan ekspektasi kebutuhan masyarakat Jombang pada akhir pekan menjadikan variabel ini sebagai salah satu instrument promosi yang memiliki kontribusi penting. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Latifah.lat, Nurmalasari.nrr, 2023) (Bina *et al.*, 2023) Dimana dalam penelitian tersebut memperlihatkan bahwa variabel Diskon memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. persamaan tersebut terlihat pada temuan bahwa pemberian diskon mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu pemberian promosi melalui diskon merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan minat beli. Hasil penelitian terdahulu semakin memperkuat temuan penelitian terdahulu bahwa semakin menarik dan sesuai program diskon yang ditawarkan maka semakin tinggi pula minat beli konsumennya.

Variabel Diskon JSM yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen. Dalam TPB, *attitude toward the behavior* merupakan evaluasi individu terhadap suatu perilaku yang didasarkan pada keyakinan (*behavior beliefs*) mengenai manfaat atau konsekuensi yang akan diperoleh. Pada penelitian ini, program Diskon JSM memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa mereka dapat memperoleh keuntungan ekonomi melalui penghematan harga. Persepsi terhadap manfaat tersebut membentuk sikap yang positif terhadap aktivitas berbelanja di Indomaret. Semakin positif sikap konsumen terhadap pembelian saat program Diskon JSM berlangsung, semakin tinggi pula minat beli yang muncul.

Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen

Berlandaskan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, memperlihatkan bahwa t hitung pada variabel *store atmosphere* (X_2) sejumlah 0,655 maknanya tidak melampaui t tabel (1,985) dan nilai signifikan yang diciptakan yaitu sejumlah 0,514 maknanya tidak melampaui 0,05. Maknanya variabel *store atmosphere* berdampak positif dan tidak signifikan kepada kepuasan konsumen Indomaret Kabupaten Jombang. Tidak berpengaruh memperlihatkan bahwa menurun atau meningkatnya indikator *store atmosphere* yang diberikan pada Indomaret Kabupaten Jombang tidak searah.

Hal ini menerangkan bahwa pelanggan tidak memperhatikan masalah variabel *store atmosphere* dari suatu usaha seperti tata letak, suasana toko, pencahayaan karena pelanggan yang merasakan kepuasan pelanggan lebih menekankan pada sisi yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Meskipun secara umum *store atmosphere* memberikan dampak positif terhadap minat beli konsumen, hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa tidak semua elemen suasana toko memiliki pengaruh yang setara. Misalnya, seperti aroma didalam toko tidak memperlihatkan hubungan yang signifikan dengan tingkat minat beli konsumen hal ini bisa dilihat dari jumlah kuesioner yang menilai tentang aroma toko yang berada di pertanyaan X2 4.1 menyatakan bahwa 3 orang tidak setuju dan 12 orang ragu yang menandakan banyak orang yang tidak yakin akan aroma yang ada di dalam toko. Temuan ini menandakan bahwa Indomaret perlu memberikan perhatian lebih pada pengembangan *store atmosphere* khususnya untuk aroma toko. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Teguh Aryan Sandra¹, Zaki Febri Setiawan², 2021)(Mart, 2022). Dimana dalam penelitian tersebut memperlihatkan bahwa variabel suasana toko atau *store atmosphere* tidak berdampak kepada minat beli konsumen. Persamaan ini terlihat bahwa *store atmosphere* bukan merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen lebih cenderung mempertimbangkan faktor lain seperti harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk, dibandingkan dengan kondisi fisik sauna toko.

Variabel *store atmosphere* dalam penelitian ini dapat dijelaskan menggunakan *Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory*. Menurut S-O-R, lingkungan fisik toko (*stimulus*), seperti tata letak, pencahayaan, warna, aroma, musik, dan kebersihan akan mempengaruhi kondisi internal konsumen (*organism*), berupa persepsi, emosi, dan penilaian selama berbelanja. Selanjutnya, kondisi internal tersebut akan menghasilkan respons (*response*), seperti munculnya minat beli atau keputusan pembelian. Dari hasil diatas memperlihatkan bahwa tidak semua elemen *store atmosphere* memberikan pengaruh yang sama terhadap minat beli konsumen, berdasarkan hasil diatas aroma toko memperoleh penilaian yang *relative* rendah, sehingga dapat menjadi salah satu penyebab stimulus yang diberikan belum menciptakan respons berupa peningkatan minat beli. Oleh karena itu berdasarkan perspektif S-O-R, Indomaret Kabupaten Jombang perlu mengoptimalkan unsur-unsur lingkungan toko, khususnya aspek yang masih dinilai kurang oleh konsumen, agar stimulus yang diberikan dapat membentuk pengalaman berbelanja yang lebih positif dan pada akhirnya meningkatkan minat beli konsumen

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen

Berlandaskan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, memperlihatkan bahwa t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X_3) sejumlah 3,561 maknanya melampaui t tabel (1,985) dan nilai signifikansi yang diciptakan yaitu sejumlah 0,001 maknanya tidak melampaui 0,05. Maknanya variabel Kualitas Pelayanan berdampak positif dan signifikan kepada minat beli konsumen pada Indomaret di Kabupaten Jombang. Pengaruh positif dan signifikan memperlihatkan bahwa semakin baik pelayanan toko maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pada Indomaret Kabupaten Jombang. Hal ini terjadi karena banyaknya pelanggan yang memberikan pendapat yang pernah berbelanja di Indomaret Kabupaten Jombang dengan kualitas dan pelayanan dalam melayani konsumen saat berbelanja dengan baik yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Monita Nugrahaeni¹, Ahmad Guspul², 2021)(Toko, Pelayanan and Harga, 2021) Dimana dalam penelitian tersebut memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan kepada minat beli konsumen. Selain itu

penelitian terdahulu juga memperkuat dengan semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka semakin tinggi pula minat beli yang dimiliki konsumen seperti pelayanan yang diberikan secara cepat, ramah, responsive, serta mampu memenuhi kebutuhan pelanggan akan menciptakan pengalaman berbelanja yang positif.

Dalam perspektif TPB, kualitas pelayanan merupakan faktor eksternal yang membentuk *behavioral beliefs*, yaitu keyakinan konsumen mengenai manfaat yang akan diperoleh Ketika berbelanja di Indomaret. Pelayanan yang ramah, cepat, responsive, dan profesional memberikan pengalaman berbelanja yang positif sehingga konsumen meyakini bahwa berbelanja di indomaret akan memberikan kepuasan dan kenyamanan. Keyakinan tersebut membentuk *attitude toward the behavior* atau sikap positif terhadap aktivitas berbelanja. Semakin positif sikap yang dimiliki konsumen, semakin tinggi pula minat beli yang terbentuk. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa sikap positif terhadap suatu perilaku akan meningkatkan niat seseorang untuk melakukan perilaku tersebut.

Variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh paling Dominan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berlandaskan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa nilai koefisien regresi sejumlah 0,353 dan hasil uji t sejumlah 3,561 untuk variabel kualitas pelayanan (X3). Jadi kesimpulannya variabel kualitas pelayanan adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen.

Kualitas pelayanan pada Indomaret Kabupaten Jombang berhasil membuat para pelanggan puas. Mengidikasikan bahwa pelanggan sangat mempertimbangkan pengalaman konsumen sebelumnya untuk berbelanja. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen tertarik untuk berbelanja kebutuhannya. Kualitas pelayanannya seperti kesopanan saat melayani, tanggap dalam membantu konsumen. Dengan ini kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Kesimpulan

Indomaret merupakan Perusahaan ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan pokok dan kebutuhan penunjang. Indomaret semakin tersebar luas di Indonesia karena indomaret memiliki cabang yang sudah sampai ke kecamatan, keberadaan Indomaret juga mudah dijangkau oleh konsumen atau masyarakat sekitar, selain itu indomaret juga membuka lapangan pekerjaan yang banyak. Indomaret merupakan toko modern yang memperhatikan tentang strategi pemasaran seperti penawaran diskon harian, bulanan maupun diskon JSM. Selain itu Indomaret juga memperhatikan *store atmospheranya*, seperti suasana toko, musik, tata letak, desain interior maupun kebersihan. Dan Indomaret juga memperhatikan sumber daya manusianya seperti kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Indomaret terhadap minat beli konsumennya jika karyawan Indomaret memberikan service pelayanan yang memuaskan maka konsumen menjadi senang dan akan melakukan pembelian ulang.

Berlandaskan hasil analisis data dan pembahasan yang telah disajikan pada variabel-variabel yang mempengaruhi minat beli konsumen yang telah disajikan pada bab empat. Maka hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Diskon JSM berdampak positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, bahwa diskon yang diberikan Indomaret sesuai dengan harapan konsumen yang bisa meningkatkan kepuasan pelanggan pada minat beli di Indomaret Kabupaten Jombang. Hal ini memperlihatkan diskon yang diberikan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dan ramah kantong konsumen Indomaret Kabupaten Jombang.

Store atmosphere berdampak positif dan tidak signifikan kepada minat beli konsumen, meningkat atau menurunnya indikator *store atmosphere* tidak mempengaruhi minat beli konsumen. Hal ini memperlihatkan bahwa secara umum *store atmosphere* memberikan dampak positif terhadap minat beli konsumen, hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa tidak semua elemen suasana toko memiliki pengaruh yang setara. Misalnya, seperti *store atmosphere* tidak memperlihatkan hubungan yang signifikan dengan tingkat minat beli konsumen. Temuan ini menandakan bahwa perusahaan perlu memberikan perhatian lebih pada pengembangan *store atmosphere* sesuai dengan kriteria dan memberikan kesan nyaman terhadap konsumen yang berbelanja di Indomaret Kabupaten Jombang.

Kualitas pelayanan berdampak kepada minat beli konsumen. bahwa semakin ramah dan baik karyawan saat melayani konsumen yang dilakuka semakin tinggi pula tingkat minat beli pada Indomaret Kabupaten Jombang. Hal ini memperlihatkan banyaknya konsumen yang memperhatikan bagaimana pelayanan yang diberikan saat konsumen berbelanja di Indomaret Kabupaten Jombang. Selain itu konsumen juga bisa memberikan kritik dan saran secara langsung terhadap pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan berpengaruh karena jika pelayanan semakin meningkat baik maka konsumen juga senang berbelanja di Indomaret Kabupaten Jombang.

Diskon JSM, *store atmosphere*, kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen. Hal ini memperlihatkan bahwa minat beli konsumen terpengaruhi oleh diskon JSM, *store atmosphere*, kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berdampak paling dominan terhadap minat beli konsumen, hal ini terjadi karena banyaknya konsumen menilai kualitas pelayanan saat ingin membeli sesuatu dan secara tidak langsung kualitas pelayanan memberikan nilai positif terhadap minat beli konsumen di Indomaret Kabupaten Jombang. Secara langsung maupun tidak langsung kualitas pelayanan akan memberikan pengalaman konsumen untuk membeli di Indomaret Kabupaten Jombang.

DAFTAR PUSTAKA

- (Atmosphere, Pelayanan and Terhadap, 2025) Akuntansi, J. and Syariah, P. (2025) 'Jamasy : Jamasy ', 5(April), pp. 81–92.
- Arvika, S. *et al.* (2025) 'Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Locomotive Resto & Café Sragen)', 2(2), pp. 3153–3171.
- Atmosphere, P.S., Pelayanan, K. and Terhadap, D.A.N.H. (2025) 'A . J . A . Pitoy ., S . L . H . V . J . Lapijan ., S . Moniharapon KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CENTURY SUPERMARKET TOMOHON THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE , SERVICE QUALITY , AND PRICE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT CENTURY SUPERMARKET TOMOHON Jurnal EMBA Vol . 13 , No . 04 November 2025 , Hal . 323-333', 13(04), pp. 323–333.
- Bina, U. *et al.* (2023) 'PENGARUH DISKON HARGA , GRATIS ONGKOS KIRIM DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA', 8(2), pp. 120–127.
- Bisnis, F., Universitas, A. and Musi, K. (2024) 'ANALISIS PENGARUH DISKON TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN ATHENA SKINCARE PADA PLATFORM TIKTOK SHOP Evando Setiawan', 3(2), pp. 643–658.
- Di, I. and Pasuruan, S. (2023) 'Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen (JIRAM)', 1(1).

- Efendi, N. *et al.* (2023) 'Pengaruh Citra Merek , Promosi , Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen', 28(02), pp. 197–215.
- Farhani, R.A.; A. (2025) 'ISSN: 2723-0937 DOI. 10.35722/japb <https://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB>', 8, pp. 1603–1616. Available at: <https://doi.org/10.35722/japb>.
- Jombang, P. (no date) *Portal Jombang*. Available at: <https://www.jombangkab.go.id/profil/kabupaten/sejarah>. 'Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Jombang, 2025' (no date). 'Jumlah usaha mikro - Satu Data Jombang' (2025), p. 80.
- Kasus, S. *et al.* (2023) 'Pengaruh Discount dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen', 12, pp. 2274–2279.
- Kesuma, A., Harper, H. and Yogyakarta, M. (2023) 'Analisis Perilaku Konsumen Menggunakan Model TRA , TPB , SCT dan', 6(2), pp. 1–10.
- Maharani, S.C. and Risal, T. (2025) 'Pengaruh Store Atmosphere , Ketersediaan Produk , dan Promosi terhadap Minat Beli pada Toko Sepatu Diskon Besar22', 4(3), pp. 6122–6128.
- Mart, K.Y. (2022) 'Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Pelayanan , Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli', 3(1), pp. 17–26.
- Meliana, D. *et al.* (2025) 'Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia Journal of Business Economics and Management', 01(03), pp. 235–243.
- Minat, M. *et al.* (2024) '1 , 2 1,2', 09.
- Nuri purwanto, Budiyo, S. (ed.) (2022) *Theory of Planned Behavior Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada konsumen Marketplace*. Available at: <https://repository.itebisdewantara.ac.id/4235/1/Theory> of Planned Behavior.pdf.
- Nurul Fadilah Aswar, S.E., M.. (2025) *perilaku konsumenn*. Edited by M. Annisa Paramaswary Aslam, S.E. TAHTA MEDIA GROUP. Available at: <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/1411>.
- Pada, K. *et al.* (2024) 'VOL 3 , NO . 2 , SEPTEMBER 2024 Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian', 3(2), pp. 356–364.
- Pada, K., Mandi, I. and Km, A. (2023) 'Analisis Pemberian Diskon Jum ' at Sabtu Minggu (JSM) Terhadap Minat Beli', 1(3).
- Pelayanan, P.K. and Merek, D.A.N.C. (2024) 'TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN PT . POS INDONESIA CABANG SURABAYA SELATAN (PERSERO)'.
- Pembangunan, B.P. and Jombang, K. (no date) 'Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Jombang'. Available at: <https://bappeda.jombangkab.go.id/berita/visi-misi-bupati-dan-wakil-bupati-jombang-tahun-2025-2029-11876>.
- PT Indomaret Prisma (no date) *Sejarah Kami*. Available at: <https://www.indomaret.co.id/tentang-kami/tentang-indomaret/>.
- Sugiyono, P.D. (2023) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edited by M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd. ALFABETA, cv I.
- Timang, J. *et al.* (2024) 'ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING PURCHASING DECISIONS', 12(4), pp. 391–402.

- Tinggi, S. and Ekonomi, I. (no date) 'Pengaruh Kesadaran Merek , Promosi , dan Harga Terhadap', 9(2), pp. 325–335.
- Toko, P.S., Pelayanan, K. and Harga, D.A.N.P. (2021) 'Jurnal Fokus Manajemen Bisnis', 11(September), pp. 230–243.
- Wiyanti, S. *et al.* (2025) 'Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Coffeeshop Budaya Kopi Kota Tegal'.
- Wulandari, F., Hak, N. and Hanif, P. (2025) 'RIVALITAS RITEL MODERN DAN RITEL DITINJAU DARI PERSPEKTIF', 10(204), pp. 1435–1457.
- Akuntansi, J. and Syariah, P. (2025) 'Jamasy : Jamasy ', 5(April), pp. 81–92. Arvika, S. *et al.* (2025) 'Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Locomotive Resto & Café Sragen)', 2(2), pp. 3153–3171.
- Atmosphere, P.S., Pelayanan, K. and Terhadap, D.A.N.H. (2025) 'A . J . A . Pitoy ., S . L . H . V . J . Lapien ., S . Moniharapon KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CENTURY SUPERMARKET TOMOHON THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE , SERVICE QUALITY , AND PRICE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT CENTURY SUPERMARKET TOMOHON Jurnal EMBA Vol . 13 , No . 04 November 2025 , Hal . 323-333', 13(04), pp. 323–333.
- Bina, U. *et al.* (2023) 'PENGARUH DISKON HARGA , GRATIS ONGKOS KIRIM DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA', 8(2), pp. 120–127.
- Bisnis, F., Universitas, A. and Musi, K. (2024) 'ANALISIS PENGARUH DISKON TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN ATHENA SKINCARE PADA PLATFORM TIKTOK SHOP Evando Setiawan', 3(2), pp. 643–658.
- Di, I. and Pasuruan, S. (2023) 'Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen (JIRAM)', 1(1).
- Efendi, N. *et al.* (2023) 'Pengaruh Citra Merek , Promosi , Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen', 28(02), pp. 197–215.
- Farhani, R.A.; A. (2025) 'ISSN: 2723-0937 DOI. 10.35722/japb <https://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB>', 8, pp. 1603–1616. Available at: <https://doi.org/10.35722/japb>.
- Jombang, P. (no date) *Portal Jombang*. Available at: <https://www.jombangkab.go.id/profil/kabupaten/sejarah>. 'Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Jombang, 2025' (no date) 'Jumlah usaha mikro - Satu Data Jombang' (2025), p. 80.
- Kasus, S. *et al.* (2023) 'Pengaruh Discount dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen', 12, pp. 2274–2279.
- Kesuma, A., Harper, H. and Yogyakarta, M. (2023) 'Analisis Perilaku Konsumen Menggunakan Model TRA , TPB , SCT dan', 6(2), pp. 1–10.
- Maharani, S.C. and Risal, T. (2025) 'Pengaruh Store Atmosphere , Ketersediaan Produk , dan Promosi terhadap Minat Beli pada Toko Sepatu Diskon Besar 22', 4(3), pp. 6122–6128.
- Mart, K.Y. (2022) 'Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Pelayanan , Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli', 3(1), pp. 17–26.
- Meliana, D. *et al.* (2025) 'Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia Journal of Business Economics and Management', 01(03), pp. 235–243.

- Minat, M. *et al.* (2024) '1 , 2 1,2', 09.
- Nuri purwanto, Budiyo, S. (ed.) (2022) *Theory of Planned Behavior Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada konsumen Marketplace*. Available at: [https://repository.itebisdewantara.ac.id/4235/1/Theory of Planned Behavior.pdf](https://repository.itebisdewantara.ac.id/4235/1/Theory%20of%20Planned%20Behavior.pdf).
- Nurul Fadilah Aswar, S.E., M.. (2025) *perilaku konsumenn*. Edited by M. Annisa Paramaswary Aslam, S.E. TAHTA MEDIA GROUP. Available at: <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/1411>.
- Pada, K. *et al.* (2024) 'VOL 3 , NO . 2 , SEPTEMBER 2024 Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian', 3(2), pp. 356–364.
- Pada, K., Mandi, I. and Km, A. (2023) 'Analisis Pemberian Diskon Jum ' at Sabtu Minggu (JSM) Terhadap Minat Beli', 1(3).
- Pelayanan, P.K. and Merek, D.A.N.C. (2024) 'TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN PT . POS INDONESIA CABANG SURABAYA SELATAN (PERSERO)'.
- Pembangunan, B.P. and Jombang, K. (no date) 'Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Jombang'. Available at: <https://bappeda.jombangkab.go.id/berita/visi-misi-bupati-dan-wakil-bupati-jombang-tahun-2025-2029-11876>.
- PT Indomaret Prisma (no date) *Sejarah Kami*. Available at: <https://www.indomaret.co.id/tentang-kami/tentang-indomaret/>.
- Sugiyono, P.D. (2023) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edited by M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd. ALFABETA, cv I.
- Timang, J. *et al.* (2024) 'ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING PURCHASING DECISIONS', 12(4), pp. 391–402.
- Tinggi, S. and Ekonomi, I. (no date) 'Pengaruh Kesadaran Merek , Promosi , dan Harga Terhadap', 9(2), pp. 325–335.
- Toko, P.S., Pelayanan, K. and Harga, D.A.N.P. (2021) 'Jurnal Fokus Manajemen Bisnis', 11(September), pp. 230–243.
- Wiyanti, S. *et al.* (2025) 'Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Coffeeshop Budaya Kopi Kota Tegal'.
- Wulandari, F., Hak, N. and Hanif, P. (2025) 'RIVALITAS RITEL MODERN DAN RITEL DITINJAU DARI PERSPEKTIF', 10(204), pp. 1435–1457.